

УДК 811'111'161'2

**РЕЦИПІЄНТ ПОВІДОМЛЕННЯ В СУЧАСНОМУ
ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКИХ ТА
УКРАЇНСЬКИХ ЖАНРІВ СОЦІАЛЬНОГО ТИПУ УСНОЇ
КОМУНІКАЦІЇ)**

Борисов О. О.

Чернігівський національний педагогічний університет імені

Т.Г. Шевченко

allex-artek@mail.ru

Стаття присвячена розгляду особливостей представлення реципієнта повідомлення в таких соціально організованих жанрах усного формату британської та української комунікації, якими є інтерв'ю та ток-шоу. Встановлюється ведуча роль адресата в етнічному діалогічному дискурсі. У розвідці представлено різні типи адресата залежно від типу впливу та позиції особи в комунікативному акті.

Ключові слова: реципієнт, повідомлення, етнічний діалогічний дискурс, інтерв'ю, ток-шоу.

Статья посвящена рассмотрению особенностей представления адресата в таких социально организованных жанрах устного формата британского и украинского общения, как интервью и ток-шоу. Определяется ведущая роль адресата в этническом диалогическом дискурсе. В работе представлены разные типы адресата в зависимости от типа влияния и его позиции в коммуникативном акте.

Ключевые слова: реципиент, сообщение, этнический диалогический дискурс, интервью, ток-шоу.

The article is devoted to the research of the addressee representation in such socially organized genres of oral British and Ukrainian communication as the interview and talk-show. The leading role of the addressee in the ethnic dialogical discourse of the genres is established. Different types of the addressee depending on the type of influence and one's role in a speech act are revealed.

Kywords: recipient, message, ethnic dialogical discourse, interview, talk show.

Думка М.М. Бахтіна про те, що необхідною ознакою висловлювання є його зверненість, адресованість [1, с. 275], є основною для розуміння комунікативної діяльності її суб'єктів, адже без слухача не існує мовця, без адресата немає адресанта. Тому, не зважаючи на всю складність діалогічної взаємодії, в ній можливо виділити дві базисні складові, які представлені діяльностями суб'єктів дискурсу [22, с. 28-29], котрі здійснюють обопільні акти передачі інформації та впливу, переслідуючи загальні або індивідуальні цілі. Відтак, мовець і слухач є суб'єктами та творцями однієї й тієї самої

діяльності й кожний учасник спілкування виступає як особистість зі своєю свідомістю, зануреною в інтеріоризоване буття, семіосферу, дискурс, і виступає як комунікативна особистість, усередині якої розгортається активність щодо інтерпретації повідомлення та реакції на нього [16, с. 222].

Під **комунікативною особистістю** розуміємо сукупність набутих у процесі соціалізації особи когнітивних, семіотичних, мотиваційних преференцій, які виформовують її конversaційну компетенцію, актуалізація якої в інтеракції відбувається у вигляді демонстрації сталого набору індивідуальних комунікативних стратегій та тактик [2; 10]. Комунікативна особистість характеризується низкою ознак нелінгвістичного характеру, які впливають на особливості мовного оформлення та інтерпретації повідомлення. До них належать **біологічно-фізичні** ознаки: гендер, вік, стан здоров'я; **психологічні** ознаки: риси характеру, темпераменту, світогляд, самосвідомість, емоційний стан комунікантів, зацікавленість мовців, самооцінка; **соціальні** ознаки: освіта, культура, походження, професійна зайнятість, соціальний статус (рівний-нерівний); **ситуативні** ознаки: соціальні ролі учасників, ступінь знайомства, ступінь підготовленості, офіційні / неформальні обставини взаємодії, ступінь її контролю [20, с. 92-93]. Таку класифікацію можливо представити й узагальнено: **позиції** комунікантів – ролі, статуси, **властивості** – стать, вік, стан здоров'я, фізичний стан тощо, **відносини** – авторитет, зневага тощо, **функції** – господар, слуга, суддя, батько тощо [3, с. 159].

Незважаючи на широкий спектр ознак співрозмовників, усі комунікативні риси їхньої поведінки втілюються в трьох опозиціях параметрів особистісної мовленнєвої поведінки: **домінантність** (активність, ініціативність) / **недомінантність** (поступливість, безініціативність), **мобільність** (уміння швидко перемикається з теми на тему, змінювати стратегії та тактики спілкування) / **ригідність** (нездатність гнучко пристосовуватися до умов), **екстраверсія** (установка на спілкування заради спілкування) / **інтроверсія** (установка на внутрішню комунікацію). Виділені базові параметри зумовлюють хід протікання комунікації, визначають успішність чи неуспішність досягнення стратегічних чи тактичних її цілей. Зазначимо й те, що мовець вступає в комунікацію не як глобальна особистість, в якій злиті всі її складові, а як особистість «параметризована», яка виявляє в акті мовлення обмежену кількість своїх соціальних або психологічних ознак [7, с. 59-60].

Зазначимо те, що, надходячи з мовного середовища адресанта в мовне середовище адресата, будь-яке висловлення кожного разу змінює умови свого існування [19, с. 606], що також визначає зміст та характер протікання комунікативної ситуації – вона є плинною, непостійною, прогресуючою чи регресуючою. У цьому контексті комуніканти також відрізняються своєю динамічністю, адже відбувається зміна концептуальної та емоційної картини світу, здійснюється коректування мовлення по ходу дискурсивної діяльності

залежно від інтенцій, поточних результатів, реакцій адресата. Тож, особистість комуніканта як стала ознака комунікації динамізується, корегуючись інтенціями, способом дискурсу, його типом тощо [4, с. 17].

Кінцевим споживачем інформації, закладеної в повідомлення адресанта, є *адресат* (реципієнт повідомлення / читач / слухач). Комунікативна настанова на адресата є найважливішим аспектом комунікації, оскільки, по-перше, саме в ній закладений інформаційний обмін, по-друге, вона демонструє те, як адресант співвідносить свою мовленнєву поведінку з параметрами адресата [5, с. 106]. Останнього визначаємо як *особу, яка сприймає повідомлення та відповідно до своїх когнітивних стратегій і ситуативних умов інтерпретує повідомлення адресанта, коректуючи чи повністю виконуючи цілі останнього*. М.Ю. Лотман справедливо зазначає, що в комунікації «творча ініціатива належить адресатові інформації. Слухач (читач) є справжнім творцем» діалогу [15, с. 134], від активності якого залежить успіх спілкування.

Отже, позиція адресата завжди є вбудованою в знак тексту відповідно до задуму, інтенцій автора, його концепції адресованості [19, с. 231] та реконструюється адресатом за наявними в тканині тексту лінгвістичними сигналами, тобто під час інтерпретації тексту останнім відбувається розпредмечування включених до нього уявлень [3, с. 9]. Якщо *ідеальний адресат* – той, хто розуміє всі пресупозиції кожної фрази, то *гіпотетичний адресат* є моделлю ідеального *реального* адресата (партнера індивіда по комунікації), якого змушений уявляти адресант [5, с. 106-107]. Тож, адресатність є складною взаємодією реального адресата, інтенціонального заданого автором та вписаного в текст, а також представленого в тексті образу гіпотетичного адресата [19, с. 231; 21, с. 77].

Програма такої інтерпретації кваліфікується, на противагу *адресанта-функції*, за Селівановою О.О., як *адресат-функція* [19, с. 232], яка моделюється на основі діалогічних відносин з автором повідомлення адресатом, вступає у діалог з автором-функцією, опосередкованою інтенцією реального автора [там само, с. 232], у результаті чого запланована схема наповнюється конкретним, індивідуальним змістом [13, с. 19]. При цьому адресат орієнтується переважно на інформацію, яка не суперечить його моделі світу. Інформація, яка виходить за межі його уявлень про світ, вилучається із загального контексту за невірностістю [5, с. 108]. Такі фактори є резистивними, адже не сприяють засвоєнню інформації та відштовхують адресата від тексту повідомлення. Відповідно до цього ступінь збігу чи незбігу «прогнозу» відповідає за успішність комунікації, у процесі якої «*модель адресата* перетворюється на *фігуру адресата* мовленнєвого акту» [13, с. 19]. Діалогічні відносини в такому ракурсі виникають між адресатом-людиною та адресатом-функцією, яку він продукує, усвідомлює, інтерпретує та декодує.

З інтерпретацією адресатом отриманого масиву інформації пов'язані, з одного боку, розуміння та інтерпретація мовленнєвих одиниць комунікації як носіїв прямих та прихованих смислів, перлокутивних ефектів сприйнятого тексту, прагматичних пресупозицій, а, з іншого – тип мовленнєвого та поведінкового реагування адресата на отримані в повідомленні інформаційні сигнали, визначення умов та факторів, за яких адресат міняється ролями з адресантом тощо [2, с. 106]. Інакше кажучи, відбувається реалізація процесів *інтеріоризації мовлення* – процес увідповіднення індивідуальної концептуальної системи свідомості ситуативній моделі комунікативного акту. Відповідно, з одного боку, засвоєння інформації та ступінь впливу напряму залежить від рівня підготовленості реципієнта до її сприйняття [6, с. 150], що передбачає врахування як стабільних параметрів особистості (соціальні, психологічні, етнокультурні тощо), так й ситуативних настроїв та потреб [6, с. 149]. З іншого боку, комунікативні стратегії адресанта залежать від готовності чи неготовності адресата до запропонованого адресантом типу, напряму, тональності спілкування [2, с. 106].

В мовознавстві наявні різні типології адресатів. Так, Г. Г. Почепцов виділяє: 1) *прямого* адресата; 2) *квазіадресата* (крайньою формою якого є адресат-неістота); 3) *адресата-ретранслятора* (отримує повідомлення й доводить його до дійсного адресата); 4) *непрямого адресата* (третя особа присутня в комунікації); 5) *співадресата* (має статус тотожній прямому адресату) [17, с. 12–14]. Н.І. Формановська диференціює: 1) *реального та гіпотетичного* адресатів; 2) *узагальненого прогнозованого* адресата; 3) *масового, публічного* адресата; 4) *персонального* (конкретного) адресата, який визначається показниками комунікативної ситуації, соціальними ролями та психологічними станами [21, с. 77–78]. Н.Є. Гапотченко виділяє реального, потенційного та okazіонального адресатів. *Реальні* адресати представлені людьми, знайомими комунікантам. *Потенційні* адресати – уявна аудиторія з певними соціальними ознаками, власне заради якої створюється даний жанр комунікації. *Оказіональний* адресат є таким реципієнтом інформації, для якого ця інформація не призначалася [5, с. 108]. У свою чергу, у межах інтерсуб'єктної комунікації можливо говорити про *прогнозованого адресата* в разі якщо інтрасуб'єктне висловлення виконує функцію «передкомунікації», тобто є запланованою дією на майбутню ситуацію спілкування. Інтрасуб'єктне висловлення адресується особі, яка є присутньою в момент мовлення та є реальним партнером суб'єкта в зовнішній комунікації. За таких умов зовнішній партнер виконує роль *потенційного адресата* [18, с. 4].

За кількісним критерієм виділяються три типи адресатів: *індивідуальний* – адресат як окрема особистість; *колективний* або *груповий* адресат, а також *масовий* адресат, який розрізняється за каналом зв'язку: телеглядачі, радіослухачі, користувачі Інтернету [7, с. 59; 11, с. 69]. Адресати також диференціюються за своїми комунікативними правами та обов'язками

на підставі чого класифікуються, зокрема, на *слухачів із постійним статусом* та *слухачів із перемінним статусом* [12, с. 64] залежно від того, чи змінює слухач свій статус на статус мовця в діалогічній взаємодії. Врахування цілої низки критеріїв дозволило побудувати таку типологію адресатів: 1) за характером адресованості адресати можуть бути прямі (емпіричні читачі або слухачі), непрямі (мають доступ до інформації, але не є актантами ситуації) та адресати-ретранслятори (передають та тлумачать повідомлення); 2) за соціально-типологічними значеннями – національні, позанаціональні 3) за професійною орієнтацією – професіонали та непрофесіонали; 4) за ступенем обізнаності – епіфани (обізнані) та профани (необізнані адресати); 5) за співвіднесеністю з реальним та ірреальним світом – реальні та текстові [8, с. 191–192].

Згідно з критерієм *спрямованості впливу* виділяємо три основних категорії *реципієнтів* – прямий, непрямий та додатковий. *Додатковим* адресатом виступає той, про наявність якого адресант не знає, але впливає на його знання, емоції чи ставлення; такий адресат не враховується в нашому дослідженні. До *прямого* адресату належить той, кого адресант експліцитно вважає адресатом та хто є партнером (суб'єктом впливу) адресанта по інтеракції: англ. **Andrew Marr**: *She'd only been there for three years!* **Michael Gove**: *Well slightly over three years, but that's the term!* [30] та укр. **Єгор Чечеринда**: *А ... ваші персональні очікування? Що буде після підписання і ратифікації цієї угоди?* **Кость Бондаренко**: *Буде велике перезавантаження української економіки. Буде велика кількість змін* [24].

Відмітимо, що вербальна взаємодія адресанта та прямого адресата являє собою лише одну із можливих інтерактивних схем, діючих у комунікативному просторі. Окрім стандартних учасників комунікації (*активних реагентів*) в інтерактивному просторі взаємодії можуть бути наявними інша особа / особи (сторонній реципієнт) у комунікативній ролі спостерігача [4, с. 3]. Специфіка стороннього реципієнту полягає в тому, що він має змогу отримати повідомлення мовця, призначеного слухачеві, та виступити у ролі актанта-інтерпретатора предмету думок активних реагентів комунікації [4, с. 3; 21, с. 67]. Розгортання діалогу веде до прийняття рішення спостерігача щодо вступу до неї у двох випадках: коли реципієнт вже має думку про об'єкт чужої розмови чи сформував власну позицію щодо теми в процесі обговорення. Втручання у хід діалогу є можливим тільки завдяки залученню третьої особи в *межі інтерактивного* простору комунікантів.

Н. Г. Воронцова наводить таку типологію реципієнтів, які з найбільшою вірогідністю можуть стати актантами: *сторонній реципієнт-актант, випадковий реципієнт-аутсайдер, прихований реципієнт-аутсайдер, дистантний сторонній реципієнт, квазіактивний реципієнт* [4, с. 8–9]. Зважаючи на це, діалог характеризується реалізацією комунікативних відносин на двох інтерактивних рівнях. Активні реагенти взаємодіють в

експліцитному режимі інтеракції; відносини між активними реагентами й стороннім реципієнтом реалізуються в імпліцитному режимі з можливим переходом до експліцитного режиму. Такий експліцитно-імпліцитний режим інтеракції спричиняє дворівневе розшарування ілюктивного змісту висловлень активних реагентів, що є засобом здійснення впливу на стороннього реципієнта [4, с. 8].

У процесі «споглядання» дискурсу інтерактантів у свідомості реципієнта відбувається створення його ментальної моделі, який встановлює предмет думки одразу ж обох реагентів – *спільний когнітивно-комунікативний простір розмови, який ускладнюється структурами інтерпретації спостерігача*. Спостерігачем прогноуються наступні когнітивні кроки реагентів з їх верифікацією, що веде до усвідомлення правильності побудованої стратегічної гіпотези спілкування або її спростування та необхідністю побудови наступної здогадки. Прийняття рішення щодо інтеграції до дискурсу як відбиття комунікативного реагування на ситуацію залежить, у першу чергу, від переконань, знань, цілей, установок реципієнта тощо [4, с. 17; 9, с. 47].

Усі вказані вище реципієнти відносяться нами до *непрямого* адресату впливу, тобто такого свідку вербального обміну, який спостерігає за діями комунікантів та може, за деяких умов, у деякий момент часу переключитися на агенса: брит. **Andrew Marr**: *Rory, we didn't hear that much of David Kameron at that show but you have been working on him actually. What do you think?* **Rory Bremner**: *Yeah, I think... there had been a recovery...* **Anna Soubry** [починає сміятися та через незначний проміжок часу перебиває]: *I have got to tickle you now to shut you up!* [31] та укр. **Ілона Довгань**: *... Пан Тарас відразу хоче щось сказати...* **Тарас Чорновіл**: *Я, власне кажучи, зараз не щодо самої суті боротьби з курінням, а щодо суті закону...* **Ганна Гопко**: *По-перше, розмір штрафів залишається той самий, який був раніше. І ви як народний депутат уже в минулому, мали би про це знати. Не треба вводити в оману* [27].

З іншого боку, безперечним є те, що зміст та напрямок розмови варіюється мовцями, які усвідомлюють присутність третьої сторони. Діалоги соціальних жанрів усного формату комунікації (інтерв'ю, ток-шоу, дебатів) будуються таким чином, що питання-відповіді є заздалегідь продуманими та розраховані на багатомільйонного непрямого адресата – глядача-слухача. Окрім підготовленості тексту відмічаємо й відсутність грубо-розмовних елементів, адже мовці пам'ятають про публічність мовлення – про свого непрямого адресата [21, с. 80]. Такий непрямий адресат отримує форму *співадресата*, який за деяких технічних умов (наявність зворотнього зв'язку зі студією) може ставати прямим адресантом та відповідно – адресатом; ідеться про аудиторію, яка знаходиться у студії чи масову аудиторію, яка спостерігає за діалогами у прямому ефірі.

Отже, у цілому, аудиторія може виконувати функції:

1) активного учасника комунікації – актанта: **John Ross** (звертаючись до аудиторії): *Hold on! Have we any medical emergency here? Is there doctor in the house?* **Аудиторія** в студії аплодує, кричить та свистить: *Yeah!* [32] та укр. **Притула Сергій**: *З вас новини, з нас коментарі.* **Педан Олександр**: *Ось дівчинка! Давай! Дівчина із залу: Кличко собирается жениться!* [25].

2) стороннього реципієнта-актанта, включаючи:

1) невербальну реакцію: брит. **John Ross**: *Yeah, and in acting I would have thought as well...* **Hugh Laurie**: *Acting, less. So if you're on stage, for example, if you've got to relearn Othello every night but...* (**Аудиторія сміється**) **John Ross** (сміється): *You could just make bits up...* [32] та укр. **Павло Шеремет**: *А коли ви біжите по трасі, про що думаєте? Что у вас стучит в голове?* (**Аудиторія сміється**) **Олена Підгрушна**: *Ну, я вам скажу, що не завжди, взагалі, про щось думаєш. Іноді бувають гонки, що пробігаєш на такому автопілоті!* [26];

2) вербальну реакцію: брит. **John Ross**: *Hi, there! It's Lady Gaga! Mistress of the quick change! Wow, mind that step. That was fantastic! It's Lady Gaga. Doesn't she look... spectacular?* **Аудиторія кричить**: *Love you Gaga!* [33] та укр. **Притула Сергій та Педан Олександр [разом]**: *Це були новини від Педан-Притула шоу! Аудиторія аплодує, сміється, кричить: Браво!* [25];

3) стороннього реципієнта (аудиторія тільки сприймає діалог): брит. **Patrick Stuart**: *... So no I've lived there because that's where my work has been generated. This is still home.* **Graham Norton**: *Oh Good! So welcome home... Except you've been here the whole time...* [34] та укр. **Антін Мухарський**: *Фольклорне, аграрне, таке, як-то кажуть, домашнік-арт.* **Наталія Заболотна**: *Ми можемо змінити ситуацію, змінивши цю парадигму* [23];

4) дистантного стороннього реципієнта (телеглядачі): брит. **John Ross**: *July, the twenty first! Ladies and Gentlemen, Jo Rowling!* **J. Rowling**: *Thank you* [33] та укр. **Антін Мухарський**: *Дорогі друзі! Один із братів Гонкурів, французьких романістів XIX століття, казав, що картина в музеї чує більше дураців, ніж будь-хто у світі. За півтора століття все кардинально змінилося!* [23].

Отже, стандартна комунікативна модель *адресант – прямий адресат* у соціальних жанрах усного формату британської та української комунікації у багатьох випадках розширюється за рахунок введення до неї третього антропологічного компоненту – стороннього реципієнта (аудиторії – співадресата), відбиваючи симбіоз мовця, слухача та спостерігача, який залежно від ситуації, бажань мовців та прагнень може залучатися до процесу спілкування, змінюючи та коректуючи його напрямок, однак, у контексті запланованого ведучим результату.

Перспективою роботи є порівняння особливостей мовлення адресанта та адресата в межах вказаних жанрів усного формату комунікації у британській та українській лінгвокультурах.

Література

1. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин // Сост. С.Г. Бочаров; Текст подгот. Г.С. Бернштейн и Л.В. Дерюгина. – М. : Искусство, 1979. – С. 237–281.
2. Бацевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики / Ф.С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
3. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата / О.П. Воробьева. – К. : Вища школа, 1993. – 200 с.
4. Воронцова Н.Г. Комунікативно-когнітивні особливості вербальної інтеракції зі стороннім реципієнтом (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Н.Г. Воронцова; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2005. – 20 с.
5. Гапотченко Н.Є. Адресат коммуникативной ситуации интервью та його складники (на матеріалі сучасної французької преси) / Н.Є. Гапотченко // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – Серія Філологія. – 2004. – Т. 7, № 1. – С. 106–110.
6. Диманте И.В. Современная риторика: созидание убедительной коммуникации / И.В. Диманте // Функциональная лингвистика. Язык и мир. – № 3. – 2012. – С. 149–151.
7. Заветна Т.С. Адресатність дискурсу британських парламентських дебатів / Т.С. Заветна // Всеукраїнський науковий форум: Сучасна англістика: Стереотипність і творчість: Тези доповідей. – Харків: Торсінг Плюс, 2006. – С. 59–61.
8. Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту / Т.А. Єщенко. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 264 с.
9. Калита А.А. Актуалізація емоційно-прагматичного потенціалу висловлення : [монографія] / А.А. Калита. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2007. – 320 с.
10. Кашкин В.Б. Дискурс / В.Б. Кашкин. – Воронеж : РГФ ВГУ, 2004. – 76 с.
11. Ковтун К.В. Диалогизация публицистического монолога как моделирование интерактивной коммуникации между автором и адресатом / К.В. Ковтун // Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. – Луганськ : Вид-во ЛНПУ імені Тараса Шевченка «Альма-матер», 2008. – Ч. 1. – №10. – С. 64–71.
12. Козирева М.С. Статус коммуникативной взаємодії при варіюванні кількості учасників / М.С. Козирева // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – № 586. – Харків, Константа, 2003. – С. 77–80.
13. Колегаева И.М. Текст как единица научной и художественной коммуникации / И.М. Колегаева. – Одесса : Одесский гос. ун-т им. И.И. Мечникова, 1991. – 121 с.
14. Колокольцева Т.Н. Антропоцентризм диалога (коммуникативы в диалоге) / Т.Н. Колокольцева // Вопросы стилистики : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1999. – Вып. 28 : Антропоцентрические исследования. – С. 114–125.
15. Лотман Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. – СПб. : «Искусство–СПБ», 2000. – 704 с.
16. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
17. Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата / Г.Г. Почепцов // Речевые акты в лингвистике и методике. – Пятигорск : Изд-во Пятигорск. ун-та. – 1986. – С. 10–17.
18. Романишин Н.І. Структурні, семантичні та комунікативно-прагматичні особливості інтрасуб'єктних мовленнєвих актів (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.04 / Н.І. Романишин; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2003. – 22 с.

19. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К., 2008. – 712 с.
20. Токарева И.И. Социолінгвістика и проблемы изучения коммуникации / И.И. Токарева. – Мн. : МГЛУ, 2005. – 210 с.
21. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический поход / Н.И. Формановская. – М. : Изд-во «Русский язык», 2002. – 216 с.
22. Lycan W. Philosophy of Language: A Contemporary Introduction / William G. Lycan. – London-New-York : Taylor & Francis e-Library, 2002. – 243 p.

Список джерел ілюстративного матеріалу

23. «Зелена лампа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tvi.ua/program/2013/11/10/nataliya_zabolotna_u_zeleniy_lampi.
24. «Окрема думка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tvi.ua/program/2013/08/27/okrema_dumka_vid_27082013.
25. «Педан-Притула шоу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=r0KGOBfzOWM>.
26. «Проти ночі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tvi.ua/new/2013/03/20/championka_olena_pidhrushna_pro_svoyu_peremohu.
27. «Сьогодні про головне» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tvi.ua/new/2012/12/18/yaki_naslidky_matyme_dlya_ukrayiny_zakon_pro_zaboronu_kurinnya.
28. «Friday night with Jonathan Ross» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=E1IfqUeG-X8>.
29. «So Graham Norton» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.channel4.com/programmes/so-graham-norton>.
30. «The Andrew Marr Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=OyRjyHLwKTo>.
31. «The Andrew Marr Show» [electronic resource]. – Режим доступу : http://www.youtube.com/watch?v=UTevt_ZXTPg.
32. «The Jonathan Ross Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=Yn6Wq7peEjw>.
33. «The Jonathan Ross Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=kVkAC7Nub3w>.